مجلّهٔ جغرافیا و توسعهٔ ناحیه‌ای، سال هجدهم، شمارهٔ ۱، بهار و تابستان ۱۳۹۹، شمارهٔ پیاپی ۳٤

DOI: 10.22067/geography.v18i1.85282
مقالهٔ پژوهشی

عوامل کلیدی مؤثر در توسعهٔ پایدار گردشگری روستایی در استان مازندران با رویکرد سناریو مبنا

زهرا شریفی‌نیا (گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران)
z.sharifinia57@gmail.com

صص ۳۰٤ ـ ۲۸۱

چکیده

اهداف: هدف اصلی این تحقیق، شناسایی عوامل کلیدی مؤثر و بررسی میزان اثر-گذاری آن‌ها بر وضعیت آیندهٔ توسعهٔ پایدار گردشگری مناطق روستایی در منطقهٔ مورد مطالعه است که می‌تواند راهنمایی برای تدوین راهبردهای اجرایی، سیاست-گذاری، برنامه‌ریزی و تحقق آیندهٔ مطلوب زیست‌پذیری روستاهای استان مازندران باشد.

روش: نوع تحقیق از نظر هدف کاربردی و از جهت روش توصیفی- تحلیلی است. برای گردآوری داده‌ها از روش کتابخانه‌ای و میدانی(پرسش‌نامه و مصاحبه) استفاده شده است. جامعهٔ آماری این تحقیق شامل ٤۰ نفر از کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و استادان دانشگاه است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارMICMAC و Morphol استفاده شد.

یافته‌ها/ نتایج: یافته‌های تحقیق نشان داد که ۸ متغیر کلان اثرگذار بر تقویت گردشگری روستایی در استان شناسایی و با استفاده از نرم‌افزار میک مک، میزان تأثیرپذیری و تأثیرگذاری آن‌ها تعیین شد. همچنین شاخص پرشدگی به‌دست‌آمده برابر با ۸۹/۹٤ است که این امر مبین ضریب بالای تأثیرگذاری متغیرها و عوامل انتخاب‌شده بر یکدیگر است.

نتیجه‌گیری: بر اساس نتایج تحقیق، سناریو اول با داشتن اینرسی ۵۰/۱۲ به‌عنوان محتمل‌ترین و مقاوم‌ترین سناریو در برابر تغییرات احتمالی(مثبت و منفی)

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۱/۰٦ تاریخ تصویب: ۱۳۹۹/۰٦/۱٦

شناسایی شد. در این سناریو، سناریوی مطلوب با ۳ فرض و سناریوی بحرانی با ۲ فرض ارائه شد. همچنین، این سناریو با داشتن ۳ وضعیت بینابین نشان از وضعیت متوسط عوامل مؤثر در توسعهٔ گردشگری روستایی در منطقه دارد.

کلیدواژه‌ها: توسعهٔ پایدار، گردشگری، سناریونویسی، استان مازندران.

۱. مقدمه

در حال حاضر، گردشگری به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنایع دنیا مطرح است و رشد سریع آن تغییرات اجتماعی، اقتصادی و محیطی فراوانی را به دنبال داشته است، به همین دلیل، به یک حوزهٔ مهم مطالعاتی بین پژوهشگران مبدل شده است(تقوی و قلی‌پور سلیمانی، ۱۳۸۸، ص. ۱۵۹). گردشگری نقش مهمی در ترغیب سرمایه‌گذاری در زیرساخت-ها، ایجاد درآمد برای دولت و اشتغال‌زایی مستقیم و غیرمستقیم در سراسر دنیا داشته است (سیلاک، کزوز، بالان و دینچو[1]، ۲۰۱۱، ص. ٤٧٥). این صنعت با ماهیت چندبعدی خود، علاوه بر تأمین نیاز گردشگران، باعث تغییرات عمده‌ای در سیستم جامعهٔ میزبان (دوایر، ادواردز، میشیلیس و ادلر[2]، ۲۰۰۹، ص. ٦٤) و ایجاد مزایای مهمی در ابعاد اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی در جهت رفع نیازهای زندگی جوامع شهری و منطقه‌ای شده است (زونگ، دنگ و شیانگ[3]، ۲۰۰۸، ص. ۸٤۳). به طوری که از یک طرف، زمینه را برای بهبود اشتغال-زایی و تنوع منابع درآمدی، تنوع کارکردهای توسعه‌ای و کاهش نابرابری‌های منطقه‌ای در کشورها فراهم می‌کند (سبله[4]،۲۰۱۰، ص. ۱۳۷)، و از طرف دیگر، می‌تواند رهیافتی برای توسعهٔ اقتصادی در قلمرو ملی و منطقه‌ای باشد (گیاوتزی و نیجکم[5]، ۲۰۰٦، ص. ۱۹۸؛ لی و چانگ[6]، ۲۰۰۸، ص. ۱۸۱). بنابراین، به‌عنوان یک فرصت مناسب برای صادرات، کسب درآمد

1. Ciolac, Csosz, Balan, & Dincu
2. Dwyer, Edwards, Mistilis, & Adler
3. Zhong, Deng & Xiang
4. Sebele
5. Giaoutzi & Nijkamp
6. Lee & Chang

خارجی و کاستن از چالش‌های اقتصادی در مناطق روستایی است (زنگ و راین[1]، ۲۰۱۲، ص. ۲۳۹).

با توجه به اهمیت گردشگری و فعالیت‌های پیرامونی آن در توسعهٔ اقتصادی روستاها، این صنعت یکی از پیچیده‌ترین اجزاء برنامه‌ریزی در کشورهای در حال توسعه و توسعه نیافته است (تقوایی و حسینی‌خواه، ۱۳۹٦، ص. ۹). در واقع گردشگری در بسیاری از کشورهای جهان، یکی از پیچیده‌ترین کسب و کارهای بشری می‌باشد و به‌عنوان فعالیتی چندوجهی دارای کارکردها و اثرات مثبت گوناگون است که از آن جمله می‌توان به اشتغال‌زایی، کسب درآمد، جذب ارز و تقویت زیرساخت‌ها اشاره کرد (قادری، هادیانی، محمدی و ابوبکری، ۱۳۹۰، ص. ۲۹). گردشگری روستایی با وعدهٔ اشتغال‌زایی و درآمدزایی، یکی از جذاب‌ترین استراتژی‌های توسعهٔ پایدار در راستای بهبود رشد اقتصادی و بالا رفتن کیفیت زندگی افراد در مناطق روستایی به نظر می‌رسد که می‌تواند در مفهوم گسترده‌تری از توسعه، یعنی رقابت-پذیری در روستاهایی که امروزه از آن به منزلهٔ حلقهٔ ساختار اقتصادی یاد می‌شود، نقش مؤثری را ایفا کند (ده ده زاده سیلابی و احمدی فرد، ۱۳۹۸، ص. ۷٤). بنابراین، رقابت‌پذیری در هر زمینه‌ای بدون دستیابی به برنامه‌ریزی‌های پابرجا و مبتنی بر طراحی پیشران‌ها با رویکرد آینده‌پژوهی محور امکان‌پذیر نخواهد شد (شووانجر[2]، ۱۹۸۹، ص. ٤). لذا مناطق روستایی برای اینکه بتوانند گردشگری روستایی را پایدار نگه دارند، نیازمند آن هستند تا با رویکرد آینده‌پژوهی مورد بررسی قرار گیرند که در سال‌های اخیر مورد توجه کارشناسان این حوزه قرار گرفته است؛ زیرا برای توسعهٔ این صنعت، نه تنها شناخت از وضع موجود، بلکه بهره-گیری از رویکردهای آینده پژوهی نیز لازم و ضروری است.

منطقهٔ مورد مطالعهٔ این پژوهش، استان مازندران است که با دارا بودن جاذبه‌ها و ظرفیت-های فراوان گردشگری یکی از قطب‌های گردشگری کشور محسوب می‌شود که هر ساله پذیرای گردشگران بسیاری از اقصی نقاط کشور است. از این‌رو، تدوین راهبردهای توسعهٔ گردشگری روستایی متناسب با واقعیت‌های عینی، مبتنی بر چهارچوب قانونمندی‌های عام

1. Zeng & Ryan
2. Schwaninger

رویکرد آینده‌پژوهی و جهت‌گیری برنامه‌های گردشگری روستایی، به‌عنوان گام مهمی جهت رشد و توسعهٔ استان ضروری به نظر می‌رسد تا با اتمام آن بتوان چشم‌انداز توسعهٔ مطلوب گردشگری، در عرصه‌های روستایی و کانون‌های منطقه‌ای را محقق ساخت. لذا توسعهٔ صنعت گردشگری می‌تواند نقش مهم و تأثیرگذاری در رشد و توسعهٔ روستاهای این استان ایفا کند، اما دستیابی دائم به این مزایا و مطلوبیت، زمانی امکان‌پذیر خواهد بود که با برنامه‌ریزی صحیح و متمرکز بر آینده، بستر این کار فراهم شود. بر این اساس، هدف اصلی این تحقیق، شناسایی عوامل مؤثر و بررسی میزان و نحوهٔ اثرگذاری آن ها بر وضعیت آیندهٔ توسعهٔ پایدار گردشگری مناطق روستایی در منطقهٔ مورد مطالعه است که می‌تواند راهنمایی برای تدوین راهبردهای اجرایی، سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و تحقق آیندهٔ مطلوب زیست‌پذیری روستاهای این استان باشد.

۲. پیشینهٔ تحقیق

در هر تحقیق علمی مطالعه و بررسی پژوهش‌هایی که در ارتباط با موضوع انجام شده، لازم و ضروری است، چرا که بدون دستیابی به نتایج پژوهش دیگران و توسعه و تکامل آن‌ها، امکان رسیدن به پاسخ مناسب و تجزیه و تحلیل بهتر میسر نیست. بنابراین، بیش‌ترین مطالعات صورت گرفته در کشور ما در زمینهٔ توسعهٔ گردشگری و گردشگری روستایی مربوط به مقالات، پایان‌نامه‌ها و همایش‌ها بوده است که به تعدادی از این موارد اشاره شده است. بهزادی، رهنما، جوان، و عنابستانی(۱۳۹۷) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که در مجموع، ۱۰ عامل به عنوان عوامل کلیدی توسعهٔ گردشگری استان یزد انتخاب شد. سطح توسعه و وضعیت اقتصادی جامعهٔ محلی، هدفمند کردن تخصیص اعتبارات توسعهٔ توریسم، تورم، زیرساخت حمل و نقل، خدمات، اطلاع رسانی و هوشمند، خشکسالی و کاهش کیفی و کمی منابع آبی، امنیت، طرح جامع، سازمان‌های مردم نهاد و اصلاح و توسعهٔ روابط بین سازمانی از عوامل کلیدی تأثیرگذار بر توسعهٔ گردشگری استان یزد بودند. زالی و پورسهراب (۱۳۹٦) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که ۱٦ عامل کلیدی در توسعهٔ منطقه‌ای استان گیلان نقش دارند که ٤۸ وضعیت محتمل در آینده برای آن‌ها در نظر گرفته شد. ۱۷ سناریو

باورکردنی و ۵ سناریو قوی استخراج شد. براساس تحلیل‌های انجام شده بر روی سناریوهای قوی، سه سناریو اول شرایط مطلوب و دو سناریو آخر شرایط بحرانی را برای آیندهٔ استان نشان می‌دهد. در نهایت براساس نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای ارائه شده برای هریک از سناریوهای قوی و با بهره‌گیری از نتایج مدل تحلیلی SWOT ، راهبردها و جهت‌گیری‌های کلان جهت تحقق سناریوهای مطلوب توسعهٔ استان ارائه شد. فرجی، نعمت‌پور و عشریه(۱۳۹٦) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که برای رسیدن به یک سیستم پایدار در گردشگری، توجه به اثرات منفی تأثیرگذار به ویژه در حوزهٔ زیست محیطی در درجهٔ اول اهمیت قرار دارد و در مرحلهٔ دوم می‌باید بر کاهش اثرات دو وجهی و ریسک به جهت غیرقابل پیش‌بینی بودن، تمرکز شود. نصر(۱۳۹۵) در پژوهش خود توجه به مفهوم نشانه‌شناسی شهری و به تبع آن توجه به مؤلفه‌های هویت کالبدی شهر را به‌عنوان ابزاری برای توسعهٔ گردشگری پایدار در نظر گرفت. در مرحلهٔ بعد ضمن تحلیل مطالعات صورت گرفته به ارائهٔ مدل پیشنهادی در راستای توجه به گردشگری پایدار با استفاده از ابزار پیشنهادی نشانه‌شناسی پرداخت. نتایج حاصل حاکی از آن بود که می‌توان با بازنمایی مؤلفه‌های هویت کالبدی شهرها و توجه به نشانه‌شناسی شهری در راستای گردشگری پایدار که یکی از اهداف توسعهٔ پایدار می‌باشد گام برداشت. مای و اسمیت[1](۲۰۱۸) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که مسیر فعلی توسعهٔ گردشگری در جزیرهٔ Cat Ba پایدار نیست و تا اوایل ۲۰۲۲ به دلیل کمبود آب، آلودگی بیش از حد جمعیت با محدودیت‌هایی روبرو خواهد بود و این باعث ایجاد مشکلاتی در زمینهٔ حمل و نقل، فرسایش، از بین رفتن منابع و تخریب محیط زیست خواهد شد. اویدک و نیزگودا[2](۲۰۱۸) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که چندین استراتژی برای توسعهٔ گردشگری در منطقهٔ Wielkopolska تا سال ۲۰۲۰ پیشنهاد شد، اما در برنامه‌های قبلی به توسعهٔ پایدار، برنامه‌ریزی انعطاف‌پذیری و برنامه‌ریزی سناریو در گردشگری توجه نشده بود. لوب، رجندرز، کاسرس و بوسمن[3](۲۰۱۵) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که تفکر طراحی و تمرکز بر مفهوم سبک زندگی در هتل‌ها، روش جدیدی در گردشگری و

1. Mai & Smith
2. Awedyk & Niezgoda
3. Lub, Rijnders, Caceres & Bosman

مهمان‌نوازی را ایجاد کرده و جایگزین‌های باارزشی در روش‌های سناریونویسی قطعی ارائه دادند.

۳. روش‌شناسی تحقیق

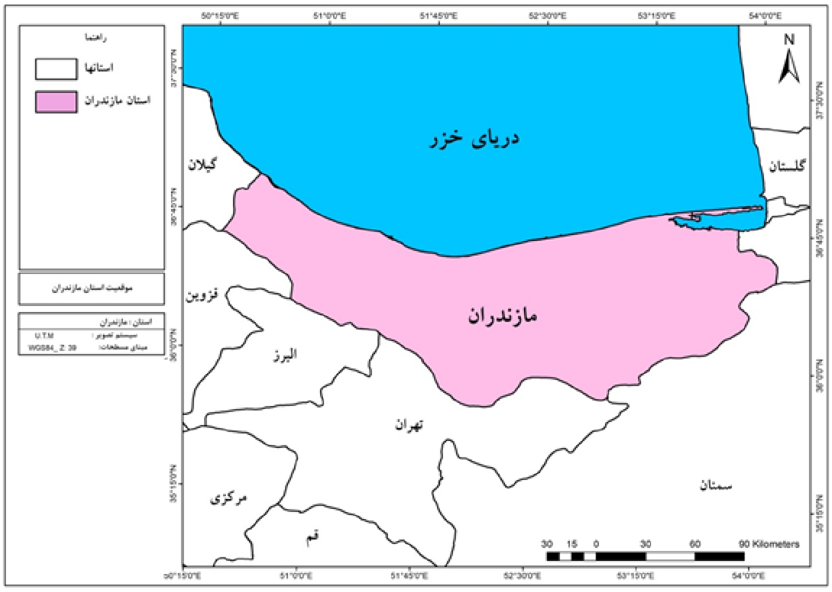
۳. ۱. روش تحقیق

تحقیق حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از جهت ماهیت بر اساس روش‌های جدید علم آینده‌پژوهی، تحلیلی و اکتشافی است که با به کارگیری ترکیبی از مدل‌های کیفی انجام گرفته است. داده‌های کیفی با پرسش‌نامه باز و از طریق مصاحبه صورت گرفت و برای وزن‌دهی به شاخص‌ها از پرسش‌نامهٔ دلفی استفاده شده است. برای تحلیل شاخص‌ها و متغیرها از نرم‌افزارهای Mic Mac و Morphol بهره گرفته شده است. نرم‌افزار میک‌مک، جهت انجام محاسبات سنگین ماتریس اثرات متقابل و همچنین به منظور سهولت انجام تحلیل ساختاری طراحی شده است. در این نرم‌افزار ابتدا متغیرها و مؤلفه‌ها را در حوزهٔ مورد نظر شناسایی و سپس آن را در ماتریسی مانند تحلیل اثرات وارد نموده و میزان ارتباط میان این متغیرها با حوزهٔ مربوطه توسط خبرگان، تشخیص داده شده و متغیرهای موجود در سطرها تأثیر می-گذارند (تقوایی و حسینی‌خواه، ۱۳۹٦، ص.١٤). بدین ترتیب مجموعه متغیرهای داده‌های سطرها، میزان تأثیرگذاری و مجموعه داده‌های متغیرهای ستون‌ها، میزان تأثیرپذیری را نشان خواهد داد. میزان ارتباط اعداد بین صفر تا سه سنجیده می‌شود و عدد صفر به منزلهٔ بدون تأثیر، عدد یک به منزلهٔ تأثیر ضعیف، عدد دو تأثیر متوسط، و درنهایت عدد ۳ به‌منزلهٔ تأثیر زیاد می‌باشد. بنابراین، اگر تعداد متغیرهای شناخته‌شده x باشد، یک ماتریس x*x به دست می‌آید. همچنین Morphol بر اساس روش تحلیل اثرات متقابل به بررسی سیستم‌های مورد مطالعه می‌پردازد. این نرم‌افزار علاوه بر نمایش ماتریس اثرگذاری و اثرپذیری عوامل به روابط مستقیم و غیرمستقیم این عوامل بر یکدیگر که قابلیت مشترکی با میک مک دارد، می‌پردازد.
جامعهٔ آماری این تحقیق، کارشناسان، مدیران و متخصصان حوزهٔ گردشگری استان مازندران می‌باشند. بدین منظور از نمونهٔ ٤٠ تایی در دسترسی شامل اساتید دانشگاه مازندران، پژوهشگران، پژوهشکدهٔ گردشگری جهاد دانشگاهی که حیطهٔ فعالیت و پژوهش مرتبط با

گردشگری داشته‌اند و کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان مازندران (ادارهٔ کل، معاونت و کتابخانهٔ موزهٔ مازندران) استفاده شد.

۳. ۲. منطقهٔ مورد مطالعه

استان مازندران واقع در شمال کشور و با وسعتی معادل ۲۳۷۵٦/٤ کیلومترمربع حدود ۱/٤٦درصد از مساحت کشور را در بردارد. این استان در عرض جغرافیایی۳۵ درجه و٤۷ دقیقه تا ۳٦ درجه‌و۳٤ دقیقهٔ شمالی و۵۰ درجه و۳٤ دقیقه تا ٥٤ درجه و۱۰دقیقهٔ شرقی قرار دارد. این استان با پذیرا بودن سالانه بیش از ۲۰ میلیون گردشگر، یکی از مهم‌ترین قطب‌های گردشگری کشور بوده و از نظر موقعیت نسبی، از شمال با دریای خزر، از شرق با استان گلستان، از غرب با استان گیلان و از جنوب با استان‌های سمنان، تهران، البرز و قزوین همسایه می‌باشد. حداکثر ارتفاع استان مازندران ٥٦۷۰ متر و حداقل ارتفاع استان ۲۷- از سطح دریاهای آزاد می‌باشد. صدها رود بزرگ و کوچک از سلسله‌جبال البرز واقع در جنوب استان سرچشمه گرفته و به دریای خزر زهکشی می‌گردند (رورده و داداشی رودباری، ۱۳۹۳، ص. ۲۰٤). بر اساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ از جمعیت سه میلیون و ۲۸۳ هزار نفری استان مازندران حدود یک میلیون و ۵۰۰ هزار نفر(٤۷ درصد) در بیش از سه هزار روستا سکونت دارند. ۱۳۰۰ روستای این استان در داخل یا حاشیهٔ منطقهٔ جنگلی واقع شده است که با برخورداری از طبیعت بکر و چشم‌انداز طبیعی و زیبا سالانه پذیرای گردشگران بسیاری از اقصی نقاط ایران هستند.



شکل ۱- موقعیت استان مازندران

ماخذ: دفتر آمار، اطلاعات و GIS استانداری مازندران، ۱۳۹۸

٤. مبانی نظری

علم و هنر آینده‌پژوهی از اوایل دههٔ ۷۰ میلادی به‌عنوان ابزار سیاست‌گذاری به طور رسمی در چند کشور محدود به‌ویژه ژاپن به کار گرفته شد، اما از اوایل دههٔ ۹۰ میلادی به طور گسترده با همکاری نهادهای بین‌المللی برای توانمندسازی کشورها این روش به کار گرفته شد و امروزه رویکرد غالب برنامه‌ریزی علم و تکنولوژی در اکثر کشورهای توسعه‌یافته است (ناظمی و قدیری، ۱۳۸۵، ص.۱۲۳). در تعریف فرهنگ و بستر آینده‌پژوهی، فرایند سازماندهی شده و هدفمند است که انتظار بازیگران مختلف دربارهٔ فناوری را گردآوری و چشم‌اندازهای راهبردی دربارهٔ آینده را تدوین می‌کند تا حامی توسعهٔ اقتصادی و اجتماعی گسترده شود (موسوی، جلالیان و کهکی، ۱۳۹٦، ص. ۵۲). بنابراین، سناریونویسی یکی از روش‌های آینده‌پژوهی، ابزاری برای تحلیل سیاست‌ها و شناخت شرایط، تهدیدات، فرصت‌ها، نیازها و ارزش‌های آیندهٔ گردشگری است. پس برنامه‌ریزی سناریو با تأکید بر توسعهٔ گردشگری، روشی منظّم جهت به تصویر کشیدن آینده‌ای ممکن در تصمیمات توسعهٔ

گردشگری است که می‌تواند نقش مهمی در توسعهٔ گردشگری کشورها به دنبال داشته باشد (تقوایی و حسینی خواه، ١٣٩٦، ص. ١١). با توجه به اهمیت ارائهٔ سناریوها در گردشگری، بسیاری از کشورها، به نقش و اهمیت گردشگری به‌عنوان منبعی برای ایجاد درآمد و اشتغال پی برده‌اند و در نتیجه بسیاری از آنان مناسبات خود را برای بهره‌گیری از مزیت‌های نسبی این صنعت توسعه داده‌اند (رید، اسمیت و مک کلوزکی[1]، ٢٠٠٨، ص. ٥٨٢). بنابراین، پیوند مطالعات آینده‌پژوهی و توسعهٔ صنعت گردشگری را می‌توان تحولی شگرف در عرصهٔ برنامه-ریزی مدرن دانست (زرآبادی و طباطبایی، ١٣٩٣، ص. ٤٤٦). به نحوی که از دههٔ ١٩٧٠، علم آینده‌پژوهی به ابزاری کلیدی برای تدوین سیاست‌های توسعهٔ گردشگری تبدل شد. این مطالعات، از دههٔ ١٩٨٠ به این سو، از گستردگی بیش‌تری برخوردار شد و بسیاری از کشورهای جهان در تلاش برای تهیهٔ طرح‌های آینده‌نگرانه گردشگری، مطالعات فراوانی را انجام دادند. به این اعتبار، آینده‌پژوهی صنعت گردشگری، فرایندی است از تلاش منظم و حساب‌شده برای نگریستن به آیندهٔ بلندمدت با هدف شناسایی حوزه‌های پژوهش راهبردی و پیدایش فناوری‌های فراگیر گردشگری که ضمن در برگرفتن منافع اقتصادی و اجتماعی مردم، کمترین خسارات را نیز به پتانسیل‌های ظرفیت‌های محیط گردشگری وارد نماید و با در نظر گرفتن الگوی توسعهٔ پایدار، سناریوهای مطلوب گردشگری را نیز ارائه دهد(ژو، لوه، برسان و مارتین[2]،١٩٩٥، ص. ٩٣٢). به کارگیری تمام رویکردهای آینده‌نگاری و سناریونویسی در مطالعات گردشگری، لزوم توجه به مقولهٔ برنامه‌ریزی سناریو را امری ضروری جلوه می‌دهد- (روث و کابرگر[3]، ٢٠٠٢، ص. ٣٦٣). بنابراین، توجه به پتانسیل‌های گردشگری و ارائهٔ سناریونگاری آن می‌تواند زمینه را برای آیندهٔ بهتر فراهم کند، تجربهٔ کشورهایی مانند هند نشان می‌دهد که بررسی سناریوهای گردشگری در این کشور و نرخ رو به رشد گردشگر خارجی در آن، حاکی از آیندهٔ روشن گردشگری آن است، آینده‌ای که راه درازی در پیش دارد و توسعهٔ زیرساخت‌های گردشگری نقش کلیدی را در این موفقیت بازی می‌کند و تلاش‌های

1. Reid, Smith & McCloskey
2. Zhou, Loh, Bressan & Martin
3. Roth & Kaberger

وزارت گردشگری در تسهیل ویزای ورودی، بخشی از این تحقق است (اقبال و سامی[۱]، ۲۰۱۶، ص. ۱). برنامۀ سناریوی۲۰۲۰ اسکاتلند که در سال ۲۰۰۷ توسط سازمان گردشگری ملی اسکاتلند انجام گرفت از نمونه‌های موفق اجرای سناریو تلقی می‌شود. پیج، یومن، کانل و گرین وود از نتایج این سناریو برای درک وضعیت بخش حمل و نقل در سال ۲۰۰۷ و پیش‌بینی آن برای توریسم ۲۰۲۵ استفاده کردند. آن‌ها دو سناریو برای تلفیق حمل و نقل و گردشگری در ایجاد مقصد، توانایی جذب انواع مختلف گردشگری و تجربه تدوین کردند و برای سنجش پایایی و اعتبار، این دو سناریو را در کارگاهی متشکل از ذیینفعان کلیدی صنایع ارائه دادند (پیج، یومن، کانل و گرین وود[۲]، ۲۰۱۰، ص. ۹۹). گزارش استفن آل و همکاران[۳](۲۰۰۹) نیز مثالی از به کارگیری روش سناریوسازی در حیطۀ گردشگری است. آن-ها چهار سناریوی ترقی ناگهانی و شکوفا شدن، ناآرامی توزیع شده، قیمت و مزیت و فشار سوخت(فسیلی) را برای ۲۰ سال آتی گردشگری ارائه می‌کنند و تصویری از جهان۲۰۲۰ در اختیار مخاطب قرار می‌دهند(درپر، گودمن، هاردی منت و مورای[٤]، ۲۰۰۹، ص. ١٤).

۵. یافته‌های تحقیق

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات به دست آمده از گام آینده‌پژوهی از قالب نرم افزارهای مرتبط استفاده شده است. به این ترتیب که در ابتدا مهم‌ترین متغیرهای اثرگذار بر توسعۀ پایدار گردشگری روستایی در استان مازندران شناسایی شد. برای شناسایی این متغیرها از نظر کارشناسان، سند توسعۀ گردشگری استان و پیشینۀ تحقیق استفاده شده است. در نهایت ۳۲ متغیر در قالب ۵ شاخص اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، برنامه‌ریزی، مدیریتی و نهادی و طبیعی انتخاب شد.

1. Iqbal & Sami
2. Page, Yeoman, Connell, & Greenwood
3. Stephen et al
4. Draper, Goodman, Hardyment, & Murray

جدول۱- شاخص‌های و متغیرهای مورد استفاده در تحقیق

مأخذ: نگارنده با استفاده از منابع قابل دسترس(۱۳۹۸)، سند توسعهٔ استان مازندران و پیشینهٔ تحقیق

ردیف	شاخص‌ها	متغیرها
۱	مدیریتی- نهادی	سازمان های مردم نهاد، مدیریت محلی، قوانین و مقررات کشوری، زیرساخت‌های رفاهی، خدمات رفاهی، تبلیغات برندینگ، به کارگیری روش‌های نوین الکترونیکی تبلیغاتی، سیاست‌های تشویقی
۲	اقتصادی	بودجه و اعتبارات، تحریم‌های اقتصادی بین‌المللی، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، درآمدزایی، اشتغال
۳	برنامه ریزی	فرآیند برنامه‌ریزی، سیاست‌های کلان دولتی، طرح جامع گردشگری، برگزاری جشنواره ها، سمینارها و همایش‌ها، تورهای گردشگری
٤	طبیعی	شرایط آب و هوایی منطقه، اکوتوریسم منطقه، چشمه‌ها و آبشارها، گونه‌های گیاهی، گونه های جانوری
۵	اجتماعی و فرهنگی	همکاری بین سازمانی، بناهای تاریخی، مشارکت شهروندان، امنیت، نیروی انسانی متخصص، آداب و رسوم محلی، صنایع دستی و بومی، تعلقات اجتماعی، رسانه‌های محلی و دولتی، رسانه‌های محلی

در فاز دوم، یک ماتریس ۳۲*۳۲ در نرم افزار MICMAC طراحی و متغیرها وارد ماتریس شد. شکل ماتریس به این‌گونه است که سطرها دارای اثرگذاری و ستون‌ها دارای اثرپذیری هستند، سپس از کارشناسان خواسته شد امتیاز هر متغیر را وارد ماتریس کنند. نحوهٔ امتیازدهی به متغیرها به این صورت است که صفر بدون اثرگذاری، یک اثرگذاری ضعیف، دو اثرگذاری متوسط، سه اثرگذاری بالا و چهار(P) متغیرهای بالقوه می‌باشند. در نهایت خروجی به دست آمده از ماتریس به شرح جدول(۲) است.

جدول۲- ویژگی های ماتریس توسعهٔ گردشگری روستایی استان مازندران

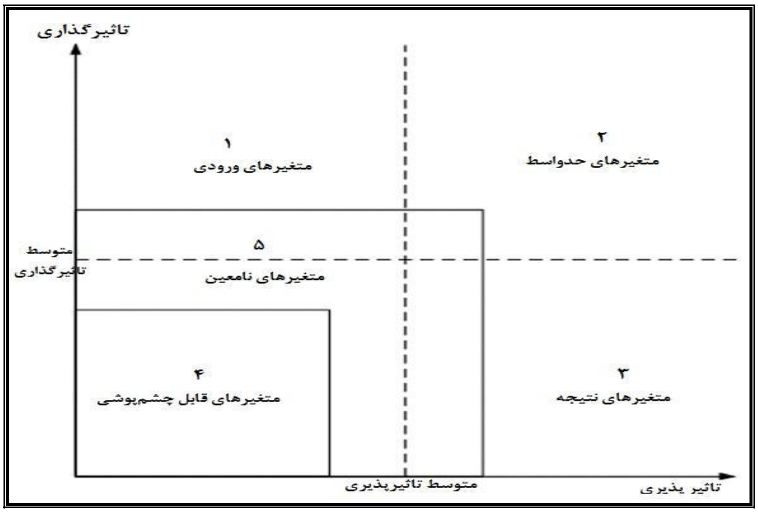
مأخذ: یافته‌های تحقیق و محاسبات نگارنده ،۱۳۹۸

ارزش‌گذاری	طیف
۳۲	اندازهٔ ماتریس
۲	چرخش داده‌ها
۱۰۳	تعداد صفرها
۱۸۹	تعداد یک‌ها

ارزش‌گذاری	طیف
۳۱۷	تعداد دوها
٤۱٥	تعداد سه‌ها
۰	بالقوه
۹۲۱	جمع کل
۸۹/۹٤	پایایی یا پایداری

۵. ۱. نقشه و نمودارهای به‌دست‌آمده ازتجزیه وتحلیل داده‌ها در خروجی نرم‌افزارMICMAC

در این مرحله، متغیرها شناسایی و وارد ماتریس متقاطع نرم‌افزار میگ‌میک شـده و توسـط کارشناسان امتیازها داده شد. سپس نمودار مربوط به متغیرهای تأثیرگذار و تأثیرپذیر بر توسعهٔ پایدار گردشگری روستایی در استان مازندران ارائه شد. این نمودار از۵ قسمت تشـکیل یافتـه است و هر قسمت نشان‌دهندهٔ میزان اثرگذاری تعدادی از متغیرهاست(شکل۲).



شکل۲- ناحیه‌بندی متغیرها براساس میزان تأثیرگذاری

مأخذ: رهنما، شاکرمی و عباسی، ۱۳۹۷

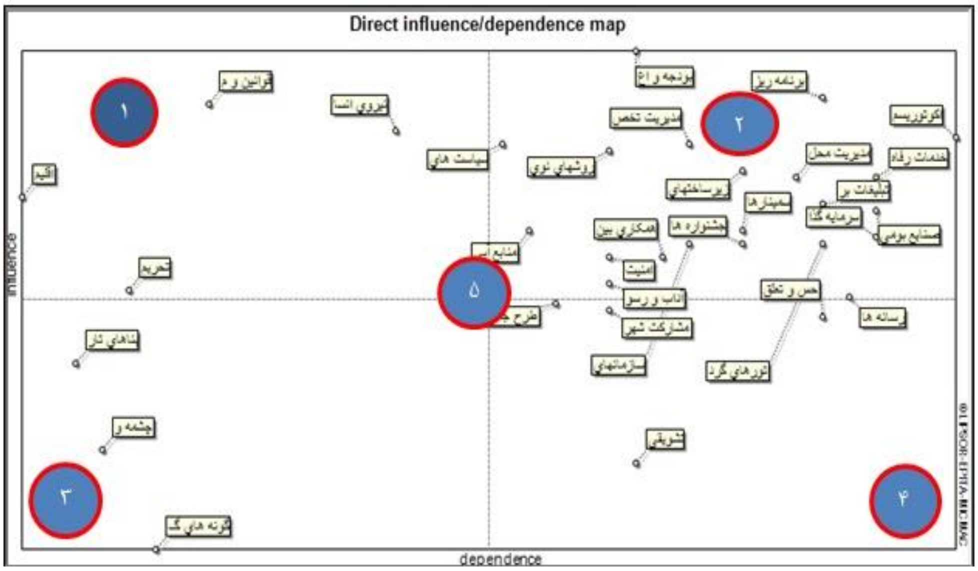
ناحیهٔ اول(متغیرهای ورودی یا کلیدی): نشان‌دهندهٔ کلیدی‌ترین متغیرهای راهبردی توسعهٔ گردشگری روستایی استان مازندران در افق۱٤۱۰ است. این متغیرها شامل تحـریم‌هـای بـین-المللی، سیاست‌های کلان دولت، قوانین و مقررات کشوری، آب و هوا و طبیعت منطقه است.

ناحیهٔ دوم(متغیرهای دارای اثرگذاری بالا): نشان‌دهندهٔ متغیرهایی‌اند که هم تأثیرپذیری و هم تأثیرگذاری زیادی دارند. در واقع متغیرهایی که در این ناحیه قرار می‌گیرند به دلیل این که دارای انعطاف‌پذیری و اثرگذاری بالا هستند با سرمایه‌گذاری بر روی آن‌ها می‌توان تغییرات مثبت و اثرگذاری در روند فعلی ایجاد نمود. این متغیرها عبارت‌اند از: امنیت، نیروی انسانی متخصص، آداب و رسوم محلی، صنایع دستی و بومی، تعلقات اجتماعی، رسانه‌های محلی و دولتی، رسانه های محلی، برگزاری جشنواره‌ها، سمینارها و همایش‌ها، تورهای گردشگری، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، زیرساخت‌های رفاهی، خدمات رفاهی، تبلیغات برندینگ، به کارگیری روش‌های نوین الکترونیکی تبلیغاتی.

ناحیهٔ سوم(متغیرهای نتیجه): نشان‌دهندهٔ متغیرهایی است که میزان تأثیرگذاری کم و میزان تأثیر پذیری زیاد دارند. در واقع، این متغیرها نقش راهبردی در توسعهٔ گردشگری استان دارند، اما وضعیت آن‌ها در آینده در گرو آثار سازندهٔ متغیرهای دیگراست. این متغیرها عبارت‌اند از: چشمه‌ها و آبشارها، بناهای تاریخی، گونه‌های گیاهی و جانوری.

ناحیهٔ چهارم (متغیرهای قابل‌چشم‌پوشی): نشان‌دهندهٔ متغیرهایی است که تأثیرگذاری و تأثیرپذیری کمی دارند. این متغیرها حرکات یا روندهای حاکمی را که تغییرات کمی دارند نشان می‌دهند و اصطلاحاً متغیرهای مستقل نامیده می‌شوند (رهنما، شاکرمی و عباسی، ۱۳۹۷، ص. ۱۵۲). این متغیرها عبارت‌اند از: طرح جامع گردشگری، تورهای گردشگری، سیاست‌های تشویقی، مشارکت و همکاری بین سازمانی.

ناحیهٔ پنجم: نشان‌دهندهٔ متغیرهای خوشه‌ای یا نامعین است. از نظر سیستم این متغیرها وضعیتی نامعین در آینده دارند. این متغیرها عبارت‌اند از: هیچ متغیری در این محدوده از نقشه قرار نگرفته و درواقع هیچ متغیر نامعینی در جهت توسعهٔ گردشگری روستایی استان مازندران وجود ندارد.



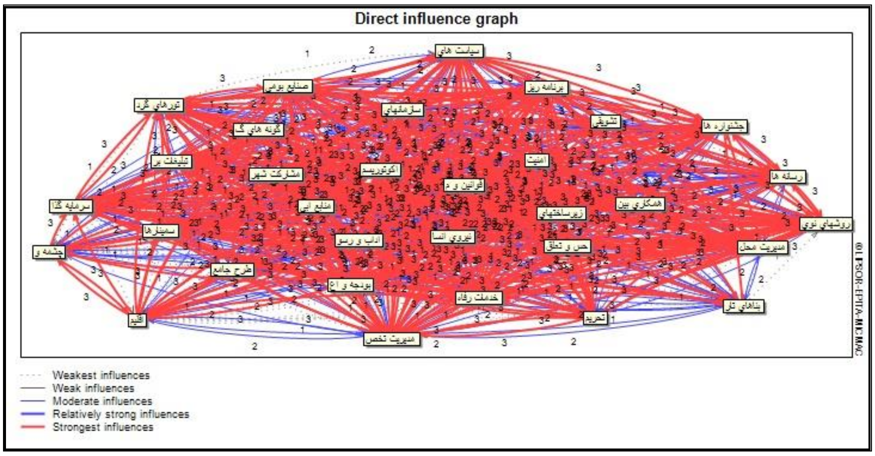
شکل۳- خروجی نمودار متغیرها از نرم‌افزار میک مک

مأخذ: یافته‌های تحقیق و محاسبات نگارنده، ۱۳۹۸

۵. ۲. ارزیابی اثرگذاری مستقیم و غیرمستقیم متغیرها

در این گام، میزان اثرگذاری مستقیم و غیرمستقیم متغیرها مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد. در این گام هرکدام از روابط متغیرها را توسط نرم‌افزار به توان‌های ۲، ۳، ٤، ٥ و ... رسانده و بر این اساس اثرات مستقیم متغیرها سنجیده می‌شود.

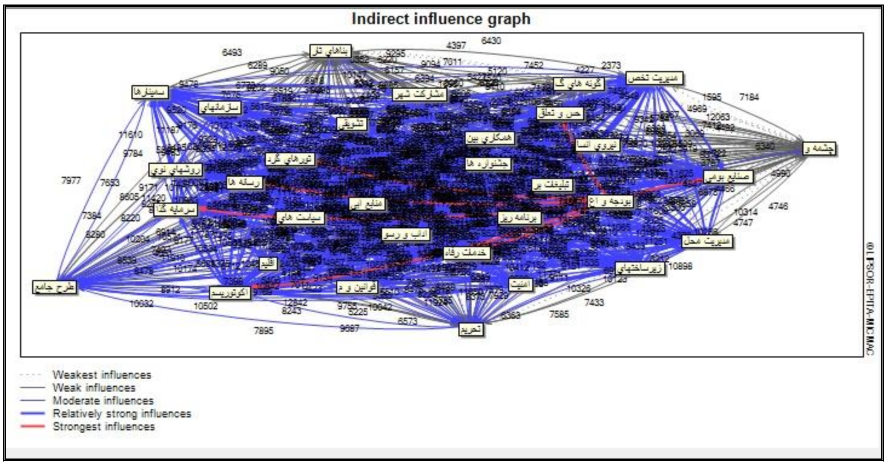
در تحلیل نمودار اثرگذاری مستقیم(شکل٤) نمودارها باید گفت که متغیرهای بودجه و اعتبارات اختصاص‌یافته، سیاست‌گذاری‌های کلان، اقلیم و وضعیت آب و هوایی منطقه، قوانین و مقررات(با توجه به اسلامی بودن کشور)، نیروی انسانی متخصص و تحریم‌های بین‌المللی دارای بیش‌ترین اثرگذاری مستقیم بر عوامل کلیدی مؤثر در توسعهٔ پایدار گردشگری روستایی در استان مازندران هستند.



شکل٤- اثرگذاری مستقیم متغیرها بر گردشگری روستاهای منطقه

مأخذ: یافته‌های تحقیق و محاسبات نگارنده، ۱۳۹۸

همان‌گونه که در شکل ٤ مشخص است، متغیرهای اکوتوریسم، خدمات رفاهی، بودجه و اعتبارات، برنامه‌ریزی، تبلیغات برندینگ، تعلق اجتماعی، سیاست‌های کلان به ترتیب دارای بیش‌ترین میزان اثرگذاری غیرمستقیم هستند. در واقع، آنچه در تحلیل این نمودارها مشخص است، متغیر واسطه یا میانهٔ بسیار کمتر وجود دارد و اکثر متغیرهایی که دارای اثرگذاری مستقیم هستند دارای اثرگذاری غیرمستقیم هم هستند.



شکل٥- اثرگذاری غیرمستقیم متغیرها بر گردشگری روستاهای منطقه

مأخذ: یافته‌های تحقیق و محاسبات نگارنده، ۱۳۹۸

در این مرحله و بعد از تجزیه و تحلیل ماتریس(۳۲*۳۲) نرم‌افزار میک‌مک، متغیرهای کلیدی یا همان پیشران‌های اصلی که دارای بیش‌ترین میزان اثرگذاری خالص بر توسعۀ پایدار گردشگری روستایی در مناطق مورد مطالعه هستند شناسایی شد. در واقع نحوۀ محاسبۀ این میزان(خالص اثرگذاری هر پیشران) از اختلاف امتیاز بین میزان اثرگذاری و اثرپذیری هر پیشران مشخص شد و در نهایت ۸ پیشران با بیش‌ترین امتیاز از نظر خالص اثرگذاری شناسایی و انتخاب شد و در جهت طراحی سناریوها مورد استفاده قرار گرفت(جدول ۳).

جدول۳- پیشران‌های کلیدی

مأخذ: یافته‌های تحقیق و محاسبات نگارنده، ۱۳۹۸

متغیرها	ردیف	متغیرها	میزان تأثیرگذاری	میزان تأثیرپذیری	خالص اثرگذاری
پیشران‌های کلیدی	۱	بودجه و اعتبارات	۹۹	٦٦	۳۳
	۲	برنامه ریزی	۸٦	۷۳	۱۳
	۳	اکوتوریسم	۸۰	۷۸	۲
	٤	نیروی انسانی متخصص	۸۱	۵۷	۲٤
	۵	قوانین و مقررات	۸۵	۵۰	۳۵
	٦	سیاست‌های کلان	۷۹	٦۸	۱۱
	۷	مدیریت تخصصی	۷۹	٦۸	۱۱
	۸	روش‌های نوین تبلیغاتی	۷۸	٦۵	۱۳

در این مرحله و بعد از شناسایی مهم‌ترین پیشران های کلیدی، از کارشناسان خواسته شد برای هر کدام از پیشران‌ها فرض‌هایی بین ۱ تا ۱۰ طراحی کنند و بر اساس درصد احتمال و اهمیت به هر کدام امتیازاتی بر حسب درصد داده شود (جدول٤) و در گام بعدی این امتیازات وارد نرم افزار Mophol شد، تا سناریوها تدوین و طراحی گردد.

جدول٤- فرض‌های مطرح شده برای پیشران‌های اصلی

مأخذ: یافته‌های تحقیق و محاسبات نگارنده، ۱۳۹۸

متغیر	H1	H2	H3
سیاست‌های کلان کشوری	ادامهٔ وضعیت کنونی با روند نزولی (٪٤٥)	تغییر رویه در زمینهٔ سیاست داخلی و خارجی و تاثیرگذاری بر گردشگری منطقه(٪۱٥)	تغییر سیاست‌های مرتبط با موضوع گردشگری و جذب بیشتر گردشگر(٪۲۰)
قوانین و مقررات کشوری	ادامهٔ وضعیت موجود با همین قوانین و مقررات موجود(٪۳۰)	قوانین و مقررات کشور(٪۰)	تغییر در قوانین موجود در جهت بهتر شدن اوضاع(٪۲٥)
اکوتوریسم منطقه	برنامه‌ریزی در رونق بهتر اکوتوریسم منطقهٔ گردشگری(٪۱۸)	برنامه‌ریزی در جهت حفظ محیط زیست اکوتویسم منطقهٔ مورد مطالعه (٪۲٥)	از دست رفتن موقعیت کنونی اکوتوریسم منطقه با عدم برنامه ریزی مناسب(٪٤۰)
نیروی انسانی متخصص	عدم استفاده از نیروهای متخصص در جهت توسعهٔ گردشگری منطقه(٪۳۷)	ادامهٔ روند کنونی(٪۲۰)	برنامه‌ریزی در جهت استفاده از نیروهای متخصص در جهت توسعهٔ گردشگری منطقه(٪۲٦)
برنامه‌ریزی	تدوین طراحی برنامه‌های بلندمدت در جهت توسعهٔ گردشگری منطقه (٪۲٥)	ادامهٔ وضعیت کنونی با روندی ضعیف تر(٪۱٦)	تدوین برنامه‌ریزی کوتاه مدت و عدم موفقیت طرح-های توسعهٔ گردشگری(٪۲۳)
مدیریت تخصصی	کمبود مدیران متخصص (٪۲٥)	عدم استفاده از مدیران کاربلد و صاحب فن(٪۲۹)	ادامهٔ وضعیت فعلی(٪۱٥)
روش‌های نوین تبلیغات	بهره‌گیری از روش‌های نوین جهانی تبلیغاتی در جهت توسعهٔ گردشگری(٪۱۸)	ادامهٔ روند فعلی(٪۳٤)	عدم برنامه ریزی در جهت توسعه و معرفی برندینگ گردشگری و منطقه با استفاده از تبلیغات نوین(٪۲٥)
بودجه و اعتبارات	افزایش اعتبارات سرمایه‌گذاری از طریق بخش خصوصی(٪۱۹)	ادامهٔ وضعیت موجود(٪۲۲)	کاهش میزان اعتبارات به دلیل تحریم‌های بین المللی در آینده(٪٤۰)

ادامهٔ جدول٤- فرض‌های مطرح شده برای پیشران‌های اصلی

ماخذ: یافته‌های تحقیق و محاسبات نگارنده، ۱۳۹۸

متغیر	H4	H5
سیاست‌های کلان کشوری	تاثیرگذاری عواملی خارج از سازمان بر رویهٔ کنونی سیاست ها(٪۲۰)	سیاست‌های کلان کشور (٪۰)
قوانین و مقررات کشوری	تدوین و طراحی قوانین مخصوص موضوع گردشگری(٪۲۵)	بدتر شدن روند کنونی قوانین و مقررات(٪۲۰)
اکوتوریسم منطقه	ادامهٔ روند کنونی(٪١٤)	اکوتوریسم منطقه(٪۰)
نیروی انسانی متخصص	تغییر در روند کنونی با روندی تدریجی(٪۱۷)	نیروی انسانی متخصص(٪۰)
برنامه‌ریزی	برنامه‌ریزی در جهت افزایش اشتغال و درامدزایی گردشگری منطقه (٪٣٦)	برنامه ریزی(٪۰)
مدیریت تخصصی	بهره گیری از مدیران متخصص و بومی منطقه(٪۳۱)	مدیریت تخصصی(٪۰)
روش های نوین تبلیغات	عدم آگاهی و نبود برنامه برای آشنایی با شیوه-های نوین معرفی برند گردشگری(٪۲۳)	روش‌های نوین تبلغیات(٪۰)
بودجه و اعتبارات	همسان‌سازی اعتبارات شهر مرکزی و روستاهای منطقه جهت توسعهٔ گردشگری همزمان منطقه(٪۲۰)	بودجه و اعتبارات(٪۱-)

در این مرحله، بعد از آن که امتیازهای هر متغیر تعیین شد از سناریوهای طراحی‌شده، خروجی گرفته شد و در نهایت از بین ۱۰۰۰۰ سناریو ارائه شده تعداد ٤٥۰۰ سناریو دارای اعتبار، شناسایی شد و با توجه به رقم بالای این تعداد سناریو ۱۰ سناریو که دارای بالاترین میزان اینرسی و تکرار بالای ٪۹۰ و در بین ۲۰ سناریوی اول بودند انتخاب شد و در گام بعدی با توجه به بالا بودن اینرسی دو سناریوی اول و تکرارپذیری بالا در سناریوهای بعدی به عنوان سناریوهای پایه مورد تحلیل قرار گرفت(جدول۵).

سناریوی اول: این سناریو با داشتن اینرسی ۵۰/۱۲ به‌عنوان محتمل‌ترین و مقاوم‌ترین سناریو در برابر تغییرات احتمالی(مثبت و منفی) شناسایی شد. نکتهٔ حائز اهمیت در سناریو اول؛ سناریوهای مطلوب با ۳ فرض و سناریوی بحرانی با ۲ فرض ارائه شده‌اند. همچنین، این سناریو با داشتن ۳ وضعیت بینابین نشان از وضعیت متوسط عوامل مؤثر در توسعهٔ گردشگری

روستایی در منطقه دارد و نکتهٔ با اهمیت این موضوع این است که اگر در این سه وضعیت بینابین برنامه‌ریزی مناسبی صورت نگیرد گردشگری منطقه به سمت وضعیت بحرانی حرکت خواهد کرد و بالعکس می‌توان با برنامه‌ریزی درست، این سناریوهای بینابین را به سمت مطلوبیت سوق داد.

جدول۵- سناریوی اول

مأخذ: یافته‌های تحقیق و محاسبات نگارنده، ۱۳۹۸

ردیف	سناریو	وضعیت سناریو	عامل کلیدی
۱	افزایش اعتبارات سرمایه‌گذاری از طریق بخش خصوصی با توجه به سودآوری صنعت گردشگری	مطلوب	بودجه و اعتبارات
۲	برنامه‌ریزی در جهت افزایش اشتغال و درآمدزایی گردشگری منطقه	مطلوب	برنامه ریزی
۳	از دست رفتن موقعیت کنونی اکوتوریسم منطقه با عدم برنامه‌ریزی مناسب	بحرانی	اکوتوریسم
٤	عدم استفاده از نیروهای متخصص در جهت توسعهٔ گردشگری منطقه	بحرانی	نیروی انسانی متخصص
۵	ادامهٔ وضعیت موجود با همین قوانین و مقررات موجود	بینابین	قوانین و مقررات
٦	ادامهٔ وضعیت کنونی با روند نزولی(در زمینهٔ سیاست های داخلی و خارجی)	بینابین	سیاست‌های کلان
۷	بهره‌گیری از مدیران متخصص و بومی منطقه در جهت رشد و توسعهٔ گردشگری روستاها	مطلوب	مدیریت تخصصی
۸	ادامهٔ روند فعلی و نبود استراتژی مناسب در این حوزه	بینابین	روش‌های نوین تبلیغاتی

سناریوی دوم: این سناریو با داشتن اینرسی(۵۰) به مانند سناریوی اول از وضعیت ثبات و پایداری بالایی برخوردار است و فقط در زمینهٔ فرض‌های مربوط به پیشران مدیریت تخصصی دارای تغییر در فرض‌ها بوده است. به طوری که در این سناریو تعداد سناریوهای فاجعه نسبت به سناریوی قبلی ۱ عدد بیش‌تر شده است و از تعداد سناریوهای مطلوب ۱ عدد کمتر شده است. بنابراین، می‌توان گفت این سناریو از وضعیت بحرانی‌تری نسبت به سناریوی اول

برخوردار است و با توجه به تکرار بالای ۸۸٪ در سناریوهای بعدی، این دو سناریو نشان‌دهندهٔ وضعیت آیندهٔ پیش‌بینی شده برای توسعهٔ گردشگری روستاهای مورد مطالعه هستند.

جدول ٦- سناریو دوم

مأخذ: یافته‌های تحقیق و محاسبات نگارنده، ۱۳۹۸

ردیف	سناریو	وضعیت سناریو	عامل کلیدی
۱	افزایش اعتبارات سرمایه‌گذاری از طریق بخش خصوصی با توجه به سودآوری صنعت گردشگری	مطلوب	بودجه و اعتبارات
۲	برنامه‌ریزی در جهت افزایش اشتغال و درآمدزایی گردشگری منطقه	مطلوب	برنامه‌ریزی
۳	از دست رفتن موقعیت کنونی اکوتوریسم منطقه با عدم برنامه‌ریزی مناسب	بحرانی	اکوتوریسم
٤	عدم استفاده از نیروهای متخصص در جهت توسعهٔ گردشگری منطقه	بحرانی	نیروی انسانی متخصص
٥	ادامهٔ وضعیت موجود با همین قوانین و مقررات موجود	بینابین	قوانین و مقررات
٦	ادامهٔ وضعیت کنونی با روند نزولی(در زمینهٔ سیاست‌های داخلی و خارجی)	بینابین	سیاست‌های کلان
۷	عدم استفاده از مدیران کار بلد و صاحب فن	بحرانی	مدیریت تخصصی
۸	ادامهٔ روند فعلی و نبود استراتژی مناسب در این حوزه	بینابین	روش‌های نوین تبلیغاتی

٦. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

پدیدهٔ گردشگری در جهان معاصر یکی از پویاترین فعالیت‌های انسانی است که آثار اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی و سیاسی آن در جهانی که زندگی می‌کنیم تحولات و دگرگونی های زیادی را به وجود آورده است و در توسعهٔ منطقه‌ای نقش مهمی را ایفا نموده، به‌گونه‌ای که از آن به‌عنوان یکی از رویکردهای مهم توسعه‌یافتگی جوامع نام برده می‌شود. لذا هدف از پژوهش حاضر، شناسایی عوامل کلیدی مؤثر و بررسی میزان اثرگذاری آن‌ها بر وضعیت آیندهٔ توسعهٔ پایدار گردشگری مناطق روستایی در استان مازندران بود و در این تحقیق تلاش شد با رویکرد سناریونگاری و استفاده از متغیرهای مدیریتی- نهادی، اقتصادی، برنامه‌ریزی، طبیعی و اجتماعی و اقتصادی سناریوهایی را در جهت بهبود آیندهٔ

گردشگری روستایی در استان مازندران تدوین کرد. بدین منظور، ابتدا متغیرها و قابلیت‌های اثرگذاری گردشگری روستایی بر تقویت گردشگری استان مازندران از نظرات کارشناسان شناسایی و استخراج شد.

سپس کارشناسان در ماتریس متقاطع نرم‌افزارMICMAC به این قابلیت‌ها امتیاز دادند. با توجه به خروجی به دست آمده از نرم‌افزار، شاخص پرشدگی برای متغیرها با ۲ بار چرخش داده‌ای عدد ۸۹/۹٤ درصد به دست آمد. این امر مؤید تأثیرگذاری زیادی متغیرها بر یکدیگر است و کارایی اطلاعات به دست آمده از نظر نخبگان را نشان می‌دهد.

بنابراین، ۸ متغیر کلان اثرگذار بر توسعهٔ گردشگری روستایی در استان شناسایی و با استفاده از نرم افزار میک‌مک، میزان تأثیرپذیری و تأثیرگذاری آن‌ها تعیین شد. سپس با استفاده از نظر کارشناسان برای هر یک از متغیرها ۲ دسته فرض‌هایی طراحی شد و ارتباطات فرض-های متغیرها سنجیده شد. در گام نهایی با استفاده از نرم‌افزار Morphol سناریوهای نهایی تدوین شد. سناریوهای تدوین شده در٤ سطح بحرانی، بینابین، مطلوب و میانه تدوین شد. بنابراین، دو سناریو معرفی شد، به طوری که سناریو اول با داشتن اینرسی ۵۰/۱۲ به‌عنوان محتمل‌ترین و مقاوم‌ترین سناریو در برابر تغییرات احتمالی(مثبت و منفی) شناسایی شد. این سناریو با داشتن ۳ وضعیت بینابین نشان از وضعیت متوسط عوامل مؤثر در توسعهٔ گردشگری روستایی در منطقه دارد. سناریو دوم با داشتن اینرسی(۵۰) به مانند سناریوی اول از وضعیت ثبات و پایداری بالایی برخوردار است و فقط در زمینهٔ فرض‌های مربوط به پیشران مدیریت تخصصی دارای تغییر در فرض‌ها بوده است. به طوری‌که در این سناریو تعداد سناریوهای فاجعه نسبت به سناریوی قبلی ۱ عدد بیش‌تر شده است و از تعداد سناریوهای مطلوب ۱ عدد کمتر شده است. بنابراین، می‌توان گفت این سناریو از وضعیت بحرانی‌تری نسبت به سناریوی اول برخوردار است. بنابراین، با توجه به تحلیل داده‌ها، سناریو اول بهترین سناریو را به خود اختصاص داده است و برای تبیین توسعهٔ گردشگری روستایی در استان مازندران پیشنهاد داده می‌شود. در راستای بهبود توسعهٔ گردشگری روستایی استان مازندران پیشنهادهایی به شرح ذیل ارائه می‌شود.

۱- توجه جدی مدیران گردشگری استان مازندران به پیشران‌های مؤثر بر توسعهٔ گردشگری روستایی استان و افزایش اعتبارات سرمایه‌گذاری از طریق بخش خصوصی با توجه به سودآوری صنعت گردشگری که جزء سناریوهای مطلوب می باشد.

۲- برنامه‌ریزی در جهت افزایش اشتغال و درآمدزایی گردشگری منطقه که جزء سناریوهای مطلوب است.

۳- توجه به برنامه‌ریزی مناسب برای استفاده از موقعیت کنونی اکوتوریسم منطقه.

۳- تقویت و ارتقاء سیستم‌های مدیریت توسعهٔ پایدار گردشگری و ارائهٔ آموزش‌های مختلف به مدیران و مردم محلی در سطوح مختلف اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی.

کتاب‌نامه

۱. بهزادی، ص؛ رهنما، م. ر؛ جوان، ج. و عنابستانی، ع. ا. (۱۳۹۷). شناسایی عوامل کلیدی موثر بر توسعه گردشگری با رویکرد آینده نگاری، مطالعه موردی: استان یزد. فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، ۳۳(۹)، ۳۷-۵۲. ۲. ت

۲. تقوایی، م. و حسینی‌خواه، ح. (۱۳۹٦). برنامه‌ریزی توسعهٔ صنعت گردشگری مبتنی بر روش آینده-پژوهی و سناریونویسی، مطالعهٔ موردی: شهر یاسوج. *فصل‌نامهٔ برنامه‌ریزی و توسعهٔ گردشگری،* ٦(۲۳)، ۳۰-۸. ۳.

۳. تقوی، م. و قلی‌پور سلیمانی، ع. (۱۳۸۸). عوامل مؤثر بر رشد صنعت گردشگری ایران. *پژوهش-های اقتصادی،* ۹(۳)، ۱۷۲-۱۵۲.

٤. ده ده زاده سیلابی، پ. و احمدی‌فرد، ن. (۱۳۹۸). تعیین پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعهٔ گردشگری با رویکرد آینده‌پژوهی، مطالعهٔ موردی: شهرستان‌های استان مازندران. *جغرافیا و پایداری محیط،* ۹(۳۰)، ۸۹-۷۳.

۵. رهنما، م. ر؛ شاکرمی، ک. و عباسی، ح. (۱۳۹۷). شناسایی و تحلیل پیشران‌های مؤثر بر توسعهٔ منطقه‌ای استان البرز با رویکرد برنامه‌ریزی سناریومبنا. *آمایش سرزمین،* ۱۰(۱۸)، ۱٦٦-۱۳۹.

٦. رورده، ه؛ باعقیده، م. و داداشی رودباری، ع. (۱۳۹۳). بررسی اثر توپوگرافی بر پتانسیل اقلیم گردشگری، مطالعهٔ موردی: استان مازندران، *مجلهٔ برنامه‌ریزی و توسعهٔ گردشگری،* ۳(۱۱)، ۲۱۷-۲۰۰.

۷. زالی، ن. و پورسهراب، آ. (۱۳۹٦). آینده‌نگاری توسعهٔ منطقه‌ای با رویکرد تلفیقی سناریونویسی و مدل تحلیلی SWTO؛ مطالعهٔ موردی: استان گیلان. *برنامه‌ریزی و آمایش فضا*، ۲۱(۹۷)، ۲۲۰–۱۸۹.

۸. زرآبادی، ز.س. و طباطبایی، س.س. (۱۳۹۳). ساماندهی سکونتگاه‌های روستایی شهرستان دماوند بر اساس شاخص‌های شبکهٔ منطقه‌ای با بهره‌گیری از تکنیک تاپسیس. فصل‌نامهٔ پژوهش‌های *روستایی*، ۵(۱۸)، ٤٦٦–٤٤٥.

۹. فرجی، ا؛ نعمت‌پور، م. و عشریه، ا. (۱۳۹٦). تحلیل سیستمی اثرات مثبت و منفی توسعهٔ گردشگری ایران با رویکرد آینده‌پژوهی. *دو فصل‌نامهٔ مطالعات اجتماعی گردشگری*، ۵(۹)، ۱۸۹–۱۵۱.

۱۰. قادری، ر؛ هادیانی، ز؛ محمدی، ک. و ابوبکری، ط. (۱۳۹۰). استراتژی‌های برنامه‌ریزی منطقه‌ای گردشگری با استفاده از تکنیک SWO ؛ مطالعهٔ موردی: شهرستان پیرانشهر. *فصل‌نامهٔ برنامه‌ریزی منطقه ای*، ۱(۱)، ٤۰–۲۷.

۱۱. موسوی، م.ن؛ جلالیان، ا. و کهکی، ف. (۱۳۹٦)، تدوین سناریوهای عوامل مؤثر بر توسعهٔ گردشگری استان اذربایجان غربی با استفاده از سناریو ویزارد. *گردشگری شهری*، ٤(۳)، ٤۹–٦۲.

۱۲. ناظمی، ا. و قدیری، ر. (۱۳۸۵). *آینده‌نگاری از مفهوم تا اجرا*. تهران: مرکز صنایع نوین.

۱۳. نصر، ط. (۱۳۹۵). جایگاه نشانه‌شناسی شهر ایرانی در گردشگری در راستای آینده‌پژوهی برنامه-ریزی شهری و توسعهٔ پایدار. *فصل‌نامهٔ برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، ٦(۲٤)، ۲۰۰–۱۸۹.

14. Awedyk, M., & Niezgoda, A. (2018). Resilience planning as an opportunity for future sustainable development in tourism. *Operations Research and Decisions*, *28*(2). 23-40.
15. Ciolac, R., Csosz, I., Balan, I., & Dincu, A. M. (2011). Research regarding the impact of rural tourism forms on the rural area. *Scientific Papers Animal Science and Biotechnologies*, *44*(2), 475-478.
16. Draper, S., Goodman, J., Hardyment, R., & Murray, V. (2009). *Tourism 2023: Four Scenarios, a Vision and Strategy for UK Outbound Travel and Tourism*. Forum for the Future.
17. Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., & Adler, C. (2009). Destination and enterprise management for a tourism future. *Tourism Management, 30*(1), 63-74.
18. Giaoutzi, M., & Nijkamp, P. (2006). *Tourism and regional development: New pathways*. London: Routledge.

19. Iqbal, B. A., & Sami, S. (2016). Global and India's tourism scenario. *Journal of Tourism and Hospitality, 5*(1), 1-3.
20. Lee, C. C., & Chang, C. P. (2008). Tourism development and economic growth: A closer look at panels. *Tourism Management. 29*(1), 180-192.
21. Lub, X., Rijnders, R., Caceres, L., & Bosman, J. (2015). The future of hotels: The lifestyle hub. A design-thinking approach for developing future hospitality concepts. *Journal of Vacation Marketing, 22*(3), 1-16.
22. Mai, T., & Smith, C. (2018). Scenario-based planning for tourism development using system dynamic modelling: A case study of Cat Ba Island Vietnam. *Tourism Management, 68*, 336-354.
23. Page, S. J., Yeoman, I., Connell, J., & Greenwood, C. (2010). Scenario planning as a tool to understand uncertainty in tourism: the example of transport and tourism in Scotland in 2025. *Current Issues in Tourism, 13*(2), 99-137.
24. Reid, L. J., Smith, S., & McCloskey, R. (2008). The effectiveness of regional marketing alliances: A case study of the Atlantic Canada tourism partnership 2000– 2006**.** *Tourism Management, 29*(3), 581-593.
25. Roth, A., & Kaberger, T. (2002). Making transport systems sustainable. *Journal of Cleaner Production, 10*(4), 361-371.
26. Schwaninger, M. (1989). *Trends in Leisure and Tourism for 2000-2010: Scenario Witrh consequences for planners*. New York: Prentice Hall International.
27. Sebele, L. S. (2010). Community-based tourism ventures, benefits and challenges: Khama Rhino sanctuary trust, central district, Botswana. *Tourism Management, 31*(1), 136-146.
28. Zeng, B., & Ryan, C. (2012). Assisting the poor in China through tourism development: A review of research. *Tourism Management, 33*(2), 239-248.
29. Zhong, L., Deng, J., & Xiang, B. (2008). Tourism development and the tourism area life-cycle model: A case study of Zhangjiajie national forest park China. *Tourism Management,* 29(5), 841-856.
30. Zhou, J., Loh, Y. T., Bressan, R. A., & Martin, G. B. (1995). The tomato gene pti1 encodes a serine/ threonine kinase that is phosphorylated by pto and is involved in the hypersensitive response. *Cell, 83*(6), 925-935.